

**L'**obsessió de l'espanyolisme, ara liderat pel PP, per evitar que TVC es vegi amb normalitat a tots els Països Catalans, més enllà del Principat, hauria de ser proporcional a l'esforç de TVC per poder arribar a la resta de territoris dels Països Catalans, més enllà del Principat. Però tradicionalment no ha estat així i els responsables de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) han ignorat la possibilitat d'intentar competir veritablement en un mercat televisiu més gran, malgrat que en aquests territoris han fet molts esforços diverses entitats i associacions que han manifestat obertament i clara l'interès per accedir a aquestes emissions. Pocs grups mediàtics, públics o privats, no s'haurien abocat a intentar complaure aquesta demanda real del mercat.

**El biaix de la mesura de les audiències.** El mesurament de les audiències ha estat un element que sempre ha ajudat a amagar la demanda real de TVC al País Valencià i a les Illes. I és que les dades, per exemple, facilitades pels estudis generals d'audiències han ignorat la recerca real de les audiències de TVC fora del territori de Catalunya. Val a dir que aquest problema no li passa només a la televisió catalana. Així, per exemple, a TeleMadrid té les mateixes dificultats per mesurar els seus espectadors fora de la Comunitat Autònoma de Madrid.

En la mesura de les audiències televisives cal fer una sèrie de correccions en les mostres de les audiències que s'utilitzen per fer l'anàlisi. Aquestes correccions es fan per intentar aconseguir que les mostres recullin la diversitat de consums televisius, especialment d'aquells canals que no són majoritaris. És a dir, que les correccions es fan per recollir l'impacte territorial que un canal de televisió té i evitar que els resultats dels canals amb audiències més altes distorsionin els resultats.

Doncs bé, aquestes correccions, en el cas de TVC al País Valencià, no s'han fet mai. De manera que, els resultats, en els estudis d'audiències televisives, obtinguts pels canals de la televisió pública de Catalunya sempre es queden molt per sota dels reals, ja que es deixa a l'atzar de la composició de les mostres —sense cap mena de mesura



**El popular showman televisiu Andreu Buenafuente. Els seus programes a TV3 van aconseguir molt bona acollida al País Valencià.**

## D'esquenes a l'audiència

Si alguna cosa avui es qüestiona de les televisions és l'obsessiva subordinació dels continguts a les suposades demandes de l'audiència. Potser el cas de TVC n'és l'excepció, ja que, tot i poder disposar d'un mercat televisiu de més d'onze milions de persones, se n'ha conformat amb un de set.

que corregeixi els excessos de la presència de les principals televisions—. Un exemple evident de la distorsió de l'anàlisi de les audiències és el resultat de la telesèrie *Ventdelplà*, que s'emmet dilluns i dimarts a la nit. En les audiències d'un dels episodis de la setmana passada, a Catalunya representa que 792.000 persones van mirar el serial, per prop de 16.000 a les Illes, 7.000 a la demarcació d'Alacant, 3.000 a la de València i 0 a la de Castelló. Cal recordar que TV3 només és pot veure en emissions de TDT, de manera que requereix del telespecta-

dor l'acció prèvia de comprar-se i instal·lar-se els receptors corresponents. Però tot i que les comarques de Castelló sumen una població inferior respecte de les d'Alacant i València, és impossible creure que cap televident d'aquella àrea no va mirar una de les actuals sèries emblemàtiques de la televisió de Catalunya.

**Èxits espontanis.** Però no hem de considerar solament la dificultat de conèixer les dades de les audiències al País Valencià i les Illes, sinó que molt sovint el mateix model televisiu ha



## ETB, 25 anys de televisió nacional basca

A la sortida del franquisme i amb la reinstauració de la democràcia, el Partit Nacionalista Basc sempre va tenir molt clar quins havien de ser els pilars sobre els quals s'havia de construir l'autonomia d'Euskadi. L'objectiu era fer país, i els dirigents del PNB volien incidir de manera especial en tres àmbits molt concrets: concert econòmic –per a ser sobirans fiscalment–, policia autonòmica, l'Ertzaintza –per reduir en la mesura que fos possible la presència de les forces de seguretat de l'estat acantonades en territori basc– i una televisió pròpia que ajudés a difondre el basc i també els valors i l'imaginari abertzales.

Des del començament, els màxims responsables del PNB –el president de la formació, Xabier Arzalluz, i el llavors lehendakari, Carlos Garaikoetxea– van ser molt conscients que la recuperació de les llibertats basques passava també per disposar d'uns mitjans de comunicació públics potents que vertebrassin una nació dividida en tres àmbits polítics diferents (Euskadi, Navarra i País Basc francès) i sota l'administració de dos estats, el francès i l'espanyol.

El 20 de maig de 1982, el Parlament de Vitòria aprovava per unanimitat la creació del grup Euskal Irrati Telebista. Al desembre Euskal Telebista començava les seves emissions en basc i uns anys més tard, el 1986, entrava en funcionament el segon canal, ETB-2, en llengua castellana. Des de llavors, i per sobre de fronteres, obstacles i lleis,

ETB és una televisió amb vocació nacional. El seu senyal arriba a tots els territoris bascos. Disposa de potents delegacions a Baiona i a Pamplona, tot i que a Euskadi Nord i a Navarra és alegal, no disposa de repetidors propis, però el grup ha arribat a acords amb ajuntaments bascos que s'han encarregat de resoldre els problemes tècnics per poder rebre el senyal. Això, unit a la instal·lació de potents antenes col·locades estratègicament a Euskadi, ha permès a ETB cobrir tot el territori, propiciant la creació d'un àmbit de comunicació basc. Els informatius prioritzen les notícies de casa i releguen a un segon pla les espanyoles i franceses que no els afectin directament. Sense cap mena de complexos, els canals d'Euskal Telebista plantegen cada dia als bascos que es "mirin el melic". Un exemple d'aquesta aposta el tenim tots els anys: ETB és l'única televisió de l'estat que no emet el tradicional missatge de Nadal del rei d'Espanya. Els seus responsables justifiquen la

"contraprogramació reial" pels bons resultats d'audiència que obtenen. En el fons, però, és una decisió política. ETB dibuixa tots els dies, i des de fa 25 anys, el mapa d'una nació que, de moment, només existeix en la graella de la seva programació.

**Daniel Gómez**  
Bilbao



oblidat l'abast possible de la recepció de TV3. Hi ha hagut algunes excepcions, com és el cas de la informació meteorològica, que, tot i algunes crítiques i pressions polítiques, ha mantingut l'àmbit dels territoris de parla catalana com a referent informatiu. Però tot i que les dades obtingudes per les empreses mesuradores d'audiències sempre han tendit molt a la baixa, TVC ha aconseguit molt bons resultats amb programes que s'adreçaven a tota l'audiència que abastaven amb naturalitat. N'és un clar exemple l'èxit dels diversos programes que Andreu Buenafuente va conduir a TV3. L'avui estrella d'Antena 3TV, amb uns programes informals, va teixir moltes complicitats

amb la seva audiència, molt especialment amb la del País Valencià. Així, alguns resultats d'audiències –malgrat que sempre s'hagin fet mesures a la baixa– van arribar a indicar seguiments de més de 90.000 telespectadors valencians, com és el cas del programa *Una altra cosa*, el 2004. Però han estat molts els programes que han aconseguit bones audiències al País Valencià com *Generació D*, *Caçadors de bolets*, *Bèsties*, *Afers Exteriors*, etc. I això sense oblidar els grans èxits de les retransmissions de futbol, que van acabar convertint-se en desconexions per no trepitjar el senyal de Canal 9. Tots aquest èxits s'han assolit sense planificar una graella televisiva orientada a

captar tota la possible audiència, més aviat feta d'esquenes als telespectadors de fora de Catalunya.

Un darrer exemple del plantejament peculiar de TVC cap al seu mercat televisiu: la publicitat. En la comercialització dels espais publicitaris, la possible audiència del País Valencià i de les Illes s'ha utilitzat sempre com a torna a favor dels clients anunciants. Mai s'ha plantejat cap altra fórmula d'exploració més ambiciosa. De fet, perquè potser els responsables de la CCRTV mai no s'han acabat de creure que l'audiència no l'encotilla una autonomia. Ara potser ja sí.

**Enric Rimbau**